

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Data-data yang digunakan penulis guna menyusun tugas akhir dengan judul Perancangan Identitas Sentul International Circuit dihasilkan dengan menggunakan metode kualitatif, dimana metode ini digunakan untuk menghasilkan data primer yang akan diperoleh dari pihak-pihak yang bersangkutan terhadap Sentul International, Sedangkan data sekunder akan diperoleh dari sumber data yang sudah go public seperti website, buku, dan lain sebagainya. Metode yang akan digunakan guna mengumpulkan data pendukung dari perancangan ini sebagai berikut:

3.1.1 Wawancara dengan Direktur Niaga Sentul International Circuit

Wawancara dilakukan secara luring (tatap muka) bersama Ibu Lola Moenek selaku direktur niaga Sentul International Circuit bertujuan untuk mengumpulkan data-data merek dan perusahaan, segmentasi, dan mengetahui permasalahan yang dialami Sentul International Circuit sebagai merek, serta keinginan kedepannya Sentul International Circuit mau menjadi apa

3.1.1.1 Proses Wawancara

Penulis menghubungi *contact person* yang tercantum pada website resmi Sentul International Circuit di www.sentulinternationalcircuit.com diakses pada 11 Februari 2023 dan mengirimkan surel pada tanggal 12 Februari 2023 berisikan permohonan izin untuk melakukan wawancara kepada pihak terkait. Surel balasan didapatkan pada tanggal 17 Februari 2023 dan akhirnya mencapai kesepakatan untuk menggelar wawancara pada tanggal 9 Maret 2023 bersama direktur niaga Sentul International Circuit yakni Ibu Lola Moenek

3.1.1.2 Hasil Wawancara

Sebelum melayangkan pertanyaan, Ibu Lola Moenek sangat berterimakasih kepada penulis sebagai mahasiswa beserta seluruh mahasiswa kampus lainnya karena telah mengangkat Sentul International Circuit sebagai topik skripsi maupun tugas akhir serta narasumber mengakui bahwa dalam masalah visual baik itu identitas, promosi, dan lain sebagainya memang memiliki kekurangan karena memiliki kesulitan untuk mencari orang yang mengerti dalam bidang otomotif dan seni sekaligus.

Setelah itu narasumber menceritakan sejarah Sentul International Circuit ini. Sentul International Circuit sendiri merupakan sebuah wadah otomotif satu-satunya pada masa itu yang pemerkasanya yaitu Bapak Tommy Soeharto dan Bapak Tinton. Narasumber menjelaskan bahwa fungsi sejatinya Sentul International Circuit bertujuan untuk memajukan otomotif Indonesia, hingga nantinya berkepanjangan dan memberikan efek kepada negara sebagai promosi negara; bahwa negara sedang sehat dan devisa negara masuk, dengan menggelar event internasional seperti Formula One dan MotoGP (pada masa itu GP500)

Narasumber juga menyampaikan keunggulan Sentul International Circuit ini bahwa mereka merupakan sirkuit internasional yang diakui dunia dengan menjadi member AICP (Association Internationale de Circuits Permanents) asosiasi sirkuit internasional serta sumber daya manusia yang mampu dengan pengetahuan untuk menjalankan balap dan lain sebagainya bahkan diakui hingga narasumber sendiri yang menjadi advisor dari Pertamina Mandalika International Circuit. Selain itu Sentul International Circuit juga memiliki semua yang dipunya untuk menjadi sirkuit dengan grade 2 dengan fasilitas yang dimiliki serta lokasinya yang strategis dekat dengan jalan raya. Hanya saja

narasumber menyampaikan bahwa kekurangan di pendanaan karena Sentul International Circuit ini merupakan perusahaan swasta yang tidak didanai oleh pemerintah Indonesia. Disampaikan juga bahwa Sentul International Circuit menjadi yang pertama untuk menggelar segala jenis balapan roda empat maupun dua seperti drag race, drag bike, drag race malam, drifting, dan lain sebagainya. Maka itu narasumber menjelaskan bahwa Sentul ini merupakan sebuah barometer dan aset bangsa namun, sangat disayangkan secara peraturan dianggap sebagai perusahaan swasta yang harus berdiri sendiri dengan dana sendiri.

Saat ditanyakan segmentasi, narasumber mengungkapkan bahwa segmentasi yang ingin dimiliki sangatlah luas. Narasumber mengatakan hal ini berimbas karena naiknya nama Mandalika yang membuat nama Sentul International Circuit diungkit dan dibandingkan dengan Sentul International Circuit. Alhasil, nama Sentul International Circuit tersorot dan orang jadi aware bahwa Sentul International Circuit ini eksis dan oleh sebab itu narasumber mengungkapkan bahwa segmentasi yang mereka ingin capai sangatlah luas. Narasumber juga bercerita dampaknya yang begitu besar hingga Sepang International Circuit yang berada di Malaysia pada awal pembangunannya menghubungi narasumber sebagai perwakilan Sentul International Circuit untuk training.

Narasumber juga menyatakan untuk segmentasi perorangan bahwa tidak ada segmentasi yang dituju karena semua orang, bahkan anak kecil pun bisa ke sini untuk balapan go-kart. Disampaikan juga oleh narasumber bahwa narasumber melihat Sentul International Circuit ini sekarang bukanlah sebagai sebuah wadah bagi orang kaya, yang punya hobby, dan lain sebagainya untuk memacu adrenalin, melainkan melihatnya sebagai sport, lifestyle, dan entertainment yang bisa dinikmati semua orang. Pernyataan ini yang penulis lihat sebagai

masalah utama yang ingin diselesaikan melalui media perancangan ulang.

Setelah itu, narasumber bercerita bahwa Sentul International Circuit selain dampak yang dihasilkan tadi, narasumber juga menyampaikan bahwa Sentul International Circuit berdampak pula dengan lingkungan sekitarnya bahwa dengan adanya Sentul International Circuit, berdampak baik terhadap Kabupaten Sentul dimana harga tanah naik, fasilitas disana dikembangkan dan narasumber bercerita bahwa ini disampaikan langsung oleh bupati Kabupaten Sentul pada saat itu.

Narasumber menjelaskan pula visi dan misi Sentul International Circuit sebagai merek, dimana sebagaimana disampaikan oleh narasumber bahwa Sentul International Circuit ini mempunyai visi untuk memajukan dunia otomotif secara keseluruhan dan memiliki misi baru untuk wadah, environment, dan industri; pembalap bisa dapat hidup yang layak, mekanik dapat bisnis, dan lain sebagainya, dan bisa berdampak positif untuk lingkungan sekitarnya dalam segi pendapatan (baik UMKM, Indonesia)

Bebicara soal big idea, narasumber menyampaikan pada awal pembangunannya pada tahun 1992 yang merupakan cita-cita Tommy Soeharto pada saat itu untuk membanggakan nama Indonesia dengan menggelar balap Formula One. Namun, situasi politik berubah dan mengurungkan niat untuk menggelar Formula One dengan grade 1 yang siap untuk menggelar balap Formula One dan MotoGP yang pada saat itu GP 500. Dengan itu, narasumber menyampaikan big idea dari Sentul International Circuit ini ialah menjadi sebuah industri untuk mengenalkan nama Indonesia di kancah dunia melalui balapan.

Penulis lalu meminta narasumber untuk mendeskripsikan personality Sentul International Circuit sebagai seseorang, dan

narasumber mendeskripsikan Sentul International Circuit ini sebagai seorang motivator yang tangguh, dan berani untuk membuat terobosan dan sudah dibuktikan dari kompetensi yang dimiliki oleh Sentul International Circuit untuk menggelar balap, membangun sirkuit, dan lain sebagainya yang telah disampaikan oleh narasumber.

Ketika ditanya soal kompetitor, narasumber menjelaskan bahwa narasumber selaku direktur niaga Sentul International Circuit tidak mau dibilang mempunyai kompetitor, hal itu sendiri secara fakta dibuktikan dari posisi narasumber sebagai advisor Pertamina Mandalika International Circuit yang dibicarakan sebagai kompetitor head-to-head dari Sentul International Circuit melainkan harus bekerja sama dan berkolaborasi bersama sirkuit manapun untuk memajukan dunia otomotif Indonesia, sama seperti Sentul International Circuit sebagai member dari AICP dimana semua bukan merupakan kompetitor, melainkan punya kelebihan dan kekurangan masing-masing yang harus dianggap sebagai partner; harus saling mendukung dan bersama memajukan dunia otomotif Indonesia dengan saling menutupi kekurangan.

Saat ditanya masalah identitas, narasumber mengalami masalah dengan identitasnya yang tidak memiliki konsistensi dan tidak modern, terlebih lagi dengan positioningnya yang baru ingin mencakup semua orang, terutama anak muda, narasumber merasa logo yang pada masa pembangunannya pada tahun 1992 hingga sekarang yang tidak mengalami perubahan kurang menginterpretasikan positioning mereka. Secara identitas seperti logo, disampaikan bahwa narasumber sangat bangga dan tidak ingin menghapus layout sirkuit dari logonya jikalau ada perubahan pada logonya.

Lantas penulis bertanya tentang kekurangan apa saja yang dialami. Narasumber menyampaikan bahwa Sentul International

Circuit kekurangan dalam segi media sosialnya yang tidak terurus karena ingin mencapai segmentasi anak muda namun, narasumber juga tidak mau karena fasilitas dari sirkuit itu sendiri sangat tidak bagus hingga merasa malu untuk menayangkan konten di sosial media dan merasa sangat disayangkan bahwa Sentul International Circuit yang memiliki banyak kelebihan namun harus menelan ludah karena pembangunannya tidak didukung oleh pemerintah.

3.1.1.3 Kesimpulan

Sentul International Circuit sebagai merek yang awalnya merupakan cita-cita dari pencetusnya yaitu Tommy Soeharto bersama Tinton Soeprapto untuk menggelar *event* balap dunia Formula One untuk membawa nama Indonesia ke kancah internasional pada masa itu, kini bukanlah hanya sekedar wadah bagi mereka yang gemar otomotif untuk memenuhi hasrat balapan dan tempat orang-orang kaya untuk memenuhi hobi mereka, melainkan sebuah merek yang diharapkan akan menjadi industri dimana visinya memajukan dunia balap roda dua dan empat serta mengenalkannya pada khalayak umum dalam format entertainment, lifestyle, dan sport.

Dengan segala potensi yang dimiliki Sentul International Circuit ternyata tidak cukup untuk menerapkan positioning baru tersebut. Hal tersebut diutarakan langsung Ibu Lola Moenek selaku direktur niaga Sentul International Circuit yang mengalami kendala yang bervariasi dalam penerapan positioning baru tersebut. Dimulai dari fasilitas sirkuit yang kurang mendukung hingga tidak memilikinya tim kreatif yang mengurus masalah visual dari merek hingga akhirnya berdampak pada kurang dan tidak adanya identitas yang bisa diterapkan pada media-media.

3.1.2 Wawancara dengan pelanggan

Wawancara bersama pembalap senior Canisius Petrus atau Tobun dilakukan secara luring. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan

pandangan Sentul International Circuit dipandangan pembalap senior yang pernah bertanding bersama Valentino Rossi pada masa itu.

3.1.2.1 Proses Wawancara

Penulis menghubungi narasumber melalui direct message Instagram dan setelah berbincang dijadwalkan untuk wawancara pada hari Selasa, 21 Maret 2023. Wawancara berlangsung secara luring melalui Whatsapp

3.1.2.2 Hasil Wawancara

Beliau merupakan pembalap pada tahun 1992-1993 mewakili tim Marlboro Yamaha Indonesia. Beliau menyatakan memang dulu sering ke Sentul International Circuit untuk balapan disana, namun setelah itu sudah jarang dan akhirnya baru beberapa tahun belakangan ini mulai aktif lagi sebagai test rider dari Kawasaki Indonesia.

Saat ditanya tentang pengalamannya, pertama kali narasumber menjadi pelanggan Sentul International Circuit pada tahun 1992 yang pada saat itu ada kejurnas ranking 3 Asean underbone 115 dan 1996 Grand Prix 125 dengan Yamaha Indonesia. Dan sekarang masih aktif sebagai test rider profesional

Selanjutnya narasumber ditanya tentang seberapa jauh kenal dengan Sentul International Circuit, perbandingannya dengan sekarang, dulu jauh lebih bagus sedangkan sekarang sudah mulai kurang terutama di lintasannya

Masuk ke topik identitas, saat ditanya tentang logo Sentul International Circuit, beliau menyatakan tidak tahu menahu bagaimana bentuk logo Sentul International Circuit. Maka dari itu, penulis memberikan logo eksisting Sentul International Circuit dan bertanya apa yang paling identik lalu, narasumber menjawab bentuk layout sirkuit yang paling identik dari logo tersebut.

Menurut narasumber, saat melihat bentuk layout sirkuit, memang mudah direkognisi sebagai Sentul International Circuit, namun saat dihilangkan, narasumber tidak bisa mengenali.

Saat ditanya yang paling identik dari Sentul International Circuit, jawabannya adalah bentuk layoutnya, terlebih narasumber sebagai pembalap yang harus hafal dengan setiap tikungan yang ada di Sentul International Circuit.

Penulis memberikan beberapa referensi logo sirkuit internasional lainnya. Narasumber mengatakan Sentul International Circuit sudah cukup identik dengan layoutnya, sudah dikenal dari layoutnya tanpa melihat tulisan pun orang sudah mengenali karena sangat khas.

Lantas penulis mengakhiri wawancara dengan pertanyaan terakhir sebagai referensi desain; merek apa yang narasumber senang dan narasumber menyebutkan beberapa merek motor Jepang seperti Honda, Kawasaki, Yamaha dan Suzuki.

3.1.2.3 Kesimpulan

Sentul International sangat merupakan sebuah sejarah, ikon dari sirkuit di Indonesia dan pernah mendapat masa jayanya dahulu pada tahun 90 an. Namun identitas yang dimiliki oleh Sentul International Circuit hanyalah sekedar layout dari lintasannya itu sendiri. Tanpa adanya layout tersebut, Sentul International Circuit sangat sulit dipahami walau dengan bentuk logonya yang disematkan imagery balap formula one.

Sebagai referensi desain, pelanggan setia dari Sentul International Circuit sangat senang dengan brand otomotif besar motor terutama motor Jepang seperti Honda, Suzuki, Yamaha, Kawasaki.

3.1.3 Observasi Sentul International Circuit

Observasi dilakukan penulis dengan tujuan menganalisa pengaplikasian identitas merek pada situs Sentul International Circuit. Berikut adalah proses dan hasil dari observasi yang dilakukan penulis.

3.1.3.1 Proses Observasi

Penulis mengunjungi Sentul International Circuit pada hari Kamis, 9 Maret 2023. Lokasi sirkuit ini terletak di Jawa Barat, tepatnya di Bogor pada kabupaten Bogor, kecamatan Babakan Madang, Sentul sekaligus menghadiri wawancara bersama Ibu Lola Moenek selaku direktur niaga Sentul International Circuit.

Sebelum masuk ke wilayah sirkuit, pengunjung disambut dengan *signage* besar logo Sentul International Circuit yang terbuat dari plat besi yang ditempelkan pada sebuah tembok besar hitam diletakan di depan portal sebelum memasuki wilayah sirkuit.



Gambar 3 1 signage Sentul International Circuit

Sirkuit dibagi beberapa bagian, ada lintasan, paddock, dan ruangan-ruangan yang dikhususkan untuk kantor diatas paddock, serta terdapat podium terletak di atas paddock terletak di bagian tengah paddock. Identitas dari Sentul International Circuit sangatlah minim di daerah paddock maupun lintasan. Ditemukan beberapa penggunaan identitas pada sebuah media yang dipajang di dinding ruangan direktur niaga.



Gambar 3 2 Penerapan identitas Sentul International Circuit

Identitas tidak hanya diimplementasikan pada bangunan, melainkan juga pada beberapa kendaraan seperti ambulans serta mobil niaga. Identitas yang ada juga hanya berupa logo merk dan tidak memberikan ciri khas identitas.

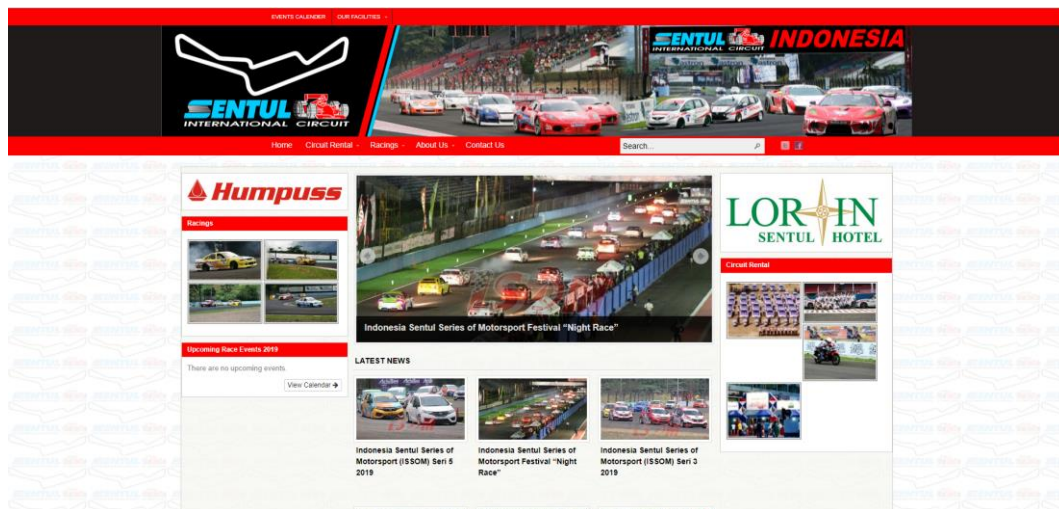


Gambar 3 3 Pengaplikasian identitas pada garis finish dan start



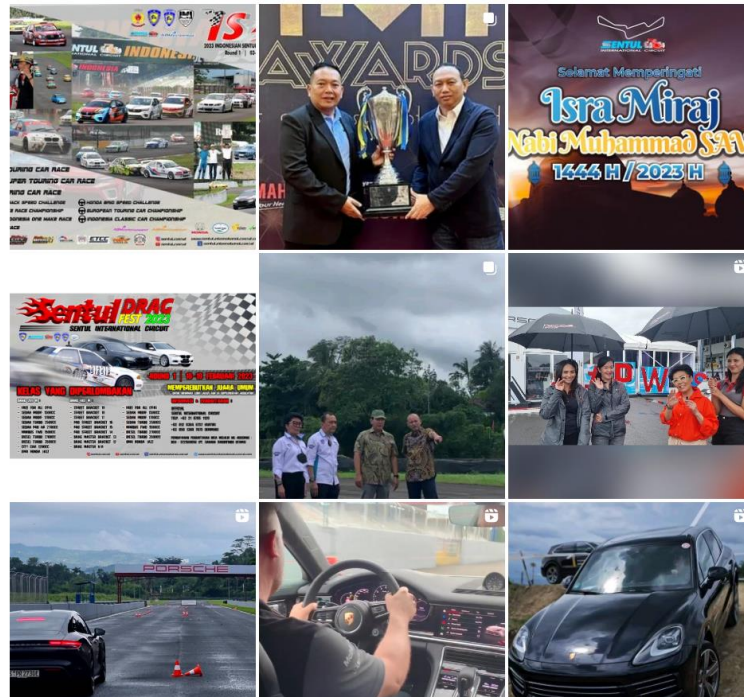
Gambar 3 4 Pengaplikasian identitas pada podium

Selain observasi situs, penulis juga melakukan observasi media-media yang digunakan Sentul International Circuit yang terdapat pada website dan sosial media.



Gambar 3 5 Website Sentul International Circuit

www.sentulinternationalcircuit.com



Gambar 3 6 Post feed Instagram Sentul International Circuit

<https://www.instagram.com/sentulcircuit/>

3.1.3.2 Hasil Observasi

Dapat disimpulkan bahwa tidak ada identitas yang dimiliki oleh Sentul International Circuit yang diterapkan pada media *collateral*-nya. Satu-satunya identitas yang diimplementasikan pada media hanya berupa logo merek dan tidak banyak media yang mengimplementasikan identitas tersebut bahkan hanya terdapat enam titik implementasi identitas berupa logo tersebut. Selain itu, penerapan pada media visual sangatlah minim hanya berupa website dan sosial media bahkan tidak terurus.

3.1.4 Studi Eksisting

Dalam merancang identitas merek Sentul International Circuit, diperlukan studi referensi yang menjadi tolak ukur dan memberikan

gambaran besar tentang perancangan identitas yang akan dilakukan. Pada studi referensi ini penulis memilih satu merek yaitu Silverstone Circuit.

3.1.4.1 Silverstone



Gambar 3 7 Rebranding Silverstone Circuit

Silverstone baru-baru ini mengumumkan identitas baru mereka menyusul dengan keinginannya untuk mencapai *positioning* baru serta *rebranding* ikon Inggris tersebut. Hal ini disampaikan langsung oleh agencytk.com saat menjelaskan perubahan merek tersebut.

Logo terbaru yang digunakan Silverstone menggunakan logo jenis *logotype* dimana menggabungkan *wordmark* dengan *brandmark*. Logo yang digunakan sekarang cenderung simpel dan modern, serta komposisi yang baru. Warna yang digunakan adalah biru sebagai warna utama, hitam, dan putih yang sebelumnya terdapat warna merah, biru, putih sebagai warna dari bendera Inggris serta pemilihan *type* yang tegas dan miring. Warna tersebut dipilih untuk menggambarkan citra baru dari Silverstone yang menjadi sebuah ikon Inggris dan membuktikan sejarahnya yang kaya sebagai ikon Inggris.

3.1.4.2 Suzuka Circuit



Gambar 3 8 Rebranding Suzuka Circuit

Selain Silverstone, sirkuit Suzuka juga melakukan perubahan identitas dalam hal logo yang sekarang lebih *stylish* dan *modern* dan dapat dilihat dari perubahan *color scheme*, *shape*, serta pemilihan *typography* yang lebih modern dan tersimplifikasi

3.1.5 Studi Referensi

Dalam perancangan identitas Sentul International Circuit juga memiliki studi referensi yang memberikan gambaran besar bagaimana perancangan identitas akan terlihat.

3.1.5.1 Nissan



Gambar 3 9 Nissan Rebranding

Nissan baru saja *launching* branding barunya. Seperti yang dikutip dari websitenya. Rebranding dari Nissan merefleksikan perubahan *society* khususnya beberapa dekade belakangan ini dan menggambarkan babak baru juga bagi Nissan.

Dalam *rebranding* ini, Nissan berusaha beradaptasi dengan perkembangan zaman, khususnya dunia digital. Maka dari itu logo yang digunakan sekarang merepresentasikan babak baru dari Nissan; evolusi dan memberikan kesegaran, inovasi dalam sains, teknologi, konektivitas. Dengan logonya yang lebih simple dan dua dimensional, Nissan meng-klaim bahwa logo yang sekarang dapat mudah diaplikasikan pada media, khususnya media digital.

3.2 Metodologi Perancangan

Untuk mendukung lancarnya perancangan ulang identitas Sentul International Circuit, diperlukan metodologi perancangan agar perancangan berjalan secara rapi dan sistematis. Metodologi perancangan yang akan digunakan penulis pada perancangan ini merujuk pada metodologi perancangan identitas visual oleh Alina Wheeler yang ditulis dalam bukunya yang berjudul *Designing Brand Identity*. Metode ini mengharuskan penulis untuk melewati beberapa fase untuk mencapai hasil akhir yakni *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoints*, *managing assets*;

3.2.1 Conducting Research

Pada tahap pertama pada metodologi ini, disini semua data terkait dengan topik dikumpulkan. Pengumpulan data perancangan ini menggunakan metode kualitatif dimana sumber data utama didapatkan lewat wawancara bersama Ibu Lola Moenek selaku direktur niaga Sentul International Circuit, wawancara pengunjung, observasi, serta melakukan studi eksisting yang nantinya data yang didapatkan digunakan untuk analisis masalah dan urgensi yang dialami, serta analisis kebutuhan redesign identitas merek tersebut dan akhirnya dapat menjadi acuan untuk menentukan strategi yang tepat untuk merancang ulang identitas Sentul International Circuit.

3.2.2 Clarifying Strategy

Data yang dikumpulkan pada tahap *Conducting Research* selanjutnya akan diolah untuk menyusun dan menentukan *brand positioning*, *brand*

strategy, brand mantra, serta strategi perancangan identitas merek secara visual dan verbal

3.2.3 Designing Identity

Creative Brief dirancang pada tahap ini berdasarkan data yang telah diolah pada tahap sebelumnya lalu melakukan *brainstorming, observation, moodboard*, dan lain sebagainya untuk menentukan *look and feel* yang akan digunakan dalam identitas baru Sentul International Circuit.

3.2.4 Creating Touchpoints

Media-media yang dibutuhkan mulai ditentukan pada tahap ini. Setelah *creative brief* selesai, tiba saatnya penulis menentukan media apa saja yang akan digunakan untuk menerapkan identitas merek yang sudah dirancang pada tahap ke tiga dengan menggunakan *mockup* agar *output* tergambar dengan jelas.

3.2.5 Managing Assets

Tahap dimana *brand book* berisikan GSM (*Graphic Manual Standard*) dibuat sebagai *guide* atau sebuah benang merah yang dapat ditarik untuk diimplementasikan ke berbagai media dengan harapan visual yang diciptakan konsisten dan identitas merek dapat dikenal dengan mudah. Penerapan identitas visual dapat dilakukan pada media seperti *lanyard, seragam, banner, entrance design, finish/start line*, dan lain sebagainya.

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A